Nr. 6. Poznań, 15 czerwca 1929 r. Rok IV.

Przegląd Cukierniczy

Miesięcznik

przemysłu cukierniczego, przetworów owocowych i branż pokrewnych



„Venetia" Sp. Akc.

najstarsze przedsiębiorstwo w Wielkopolsce

poleca:

najwyborniejszą czekoladę śmietankową z orzechami, mleczno-śmietankową mleczną i wiele innych.

Poznań, ul. Dąbrowskiego 97. Tel. 69-65

BAKER, PERKINS, LONDYN — SAVY, JEANJEAN, PARIS — WERNER, PFLEIDERER, STUTTGART. THE TORGROVE MACHINERS Co LIM., LEADS.

KOMPLETNE URZĄDZENIA ORAZ MASZYNY DLA FABRYK

CZEKOLADY, BISZKOPTÓW, KARMELKÓW, WAFLI ETC.

AUTOMATY DO ZAWIJANIA I PAKOWANIA.
PROSPEKTY, PLANY URZĄDZEŃ etc. NA ŻĄDANIE.

PRZEDSTAWICIEL NA POLSKĘ:

INŻ. VAGN LOMHOLT

WARSZAWA - WIERZBOWA 8

ADR. TELEGR: „DANPOL" — TEL. 252-03, 80-00

Przyszłość cukiernictwa.

Musimy sobie zdać sprawę z tego, że rozwój wielkiego przemysłu nie jest do powstrzymania. Nie chcemy go też w niczem krępować, przeciwnie: jako ludzie w sprawach gospodarczych poważnie myślący, chcemy rozwój ten ułatwić wszelkiemi środkami. Przedewszystkiem starać się musimy o to, aby człowiekowi zapewnić godziwe bytowanie, wtedy też nie jedno ulegnie zasadniczej zmianie na lepsze, stosunki ulegną ogólnej poprawie. Są niestety tacy, którym z braku znajomości głębszych zagadnień gospodarczych wydaje się, że rozwój przemysłu fabrycznego mógłby i powinien być zahamowany. Możnaby wprawdzie na czas krótki osięgnąć pewną stagnację, zastój, lecz stały rozwój przemysłu przezwycięża nieraz z łatwością tego rodzaju przejściowe kryzysy, torując sobie drogę do jasno wytkniętego celu. Na tem tle do poważniejszych starć doszło szczególnie pod względem politycznym. W każdym jednak razie jesteśmy zdania, że na polu gospodarczem należy wszelkiemi środkami dążyć do osiągnięcia na tym punkcie porozumienia, szczególnie w tych dziedzinach, w których takie skoncentrowanie pracy ma niewątpliwe widoki powodzenia.

Nie wszystkie oczywiście dziedziny życia gospodarczego nastręczają pole do działania przemysłowi fabrycznemu. Utrwali on się niewątpliwie w zakresie t. zw. ciężkiego przemysłu i t. d., jak nie mniej zyska poważne wpływy w wytwórczości spożywczej. Natomiast jest dużo przedsiębiorstw, które się przeciwstawiają tej koncentracji pracy. W tym przypadku przyczyny tego zjawiska tkwią po części także w tradycji. Tak n. p. przeróżne warsztaty reparacyjne nie przestaną nigdy istnieć z powodu rozwoju przemysłu fabrycznego. Tak samo jego wpływom nie ulegną zawody jak: fryzjerstwo, dekarstwo, kominiarstwo i t. p., oczem jednak na tem miejscu niema być mowy.

Inaczej przedstawia się sprawa w zawodzie cukierniczym. Wiadomo, że miejscami także w cukiernictwie zaprowadził się przemysł fabryczny. Naturalnie nie chodzi tu tyle o planowe i zorganizowane zaopatrywanie ludności w wyroby cukiernicze przez fabryki, ile o udoskonalenie licznych warsztatów cukierniczych. W każdym razie zachodzi pytanie, czy z biegiem czasu również w cukiernictwie przemysł fabryczny nie wyprze warsztatów rzemieślniczych.

Jeśli, jak wspomniano, nie ulega żadnej wątpliwości fakt, że n. p. drobne warsztaty piekarskie znikną z powierzchni, to nie może się to odnosić do warsztatów cukierniczych. Przeciwnie, drobne warsztaty rękodzielnicze utrzymają się tu jeszcze przez czas długi na dotychczasowych zasadach. Przemawia zatem bardzo dużo względów zależnych od momentów psychicznych. Wyroby cukiernicze bowiem są — bez przypisywania im z tego powodu charakteru zbytku — szlachetnemi artykułami spożywczemi, i dlatego publiczność kładzie duży nacisk na ów moment wyrabiania tychże artykułów za pomocą ręki, co zapewnia większą staranność w ich wykonaniu. Tak samo publiczność przywiązuje niezmiernie dużo zainteresowania do indywidualnej sztuki cukierniczej, której wszakże sposobem fabrykacji za pomocą maszyn podtrzymać nie można. Z tego powodu niema się czego obawiać ze strony przemysłu fabrycznego, nastawionego na fabrykacją masową. Oczywiście wymagania publiczności są coraz większe, i jeśli cukiernicy chcą dotrzymać kroku, muszą oni warsztaty swoje dostosowywać do potrzeb chwili, muszą szukać oparcia o silne organizacje zawodowe — słowem, muszą się „modernizować". Trafiają się jeszcze niestety koledzy, którzy kierują się jakiemiś przestarzałemi metodami, którzy zamiast uprzedzać wymagania konsumentów, pozostają wstecz jakby w wyczekiwaniu inicjatywy skądinąd.

Dlatego pogłebianie wiedzy w wszelkich zagadnieniach zarówno natury technicznej jak i zawodowej, jest i powinno być hasłem naczelnem. W bliskiej łączności z ogólnem kształceniem się, pozostaje czytanie pisma zawodowego i systematyczna w niem współpraca. Zawód cukierniczy przetrwa jeszcze długie, długie lata, w jakich on jednak warunkach rozwijać się będzie, to zależy wyłącznie od uświadomienia ogółu cukierników.

Najbliższe zadania polskiego cukiernictwa.

Wszystkie firmy, za wyjątkiem dwóch, wystawiły na poznańskiej wystawie wyroby cukiernicze pierwszorzędne. Każdy nieuprzedzony człowiek z całą szczerością i otwartością przyznać to musi. Wielce pocieszający fakt ten dowodzi niezbicie, że polskie cukiernictwo pod względem zdolności swej produkcji stoi na bardzo wysokim poziomie. Mimo wszystko zainteresowanie publiczności wyrobami cukierniczemi pozostawia niestety dużo do życzenia. Szwankuje tu widocznie dział propagandowy.

Czy to nie są do pewnego stopnia stosunki anormalne, jeżeli np. pewna firma, celem zjednania sobie klienteli, do każdej niemal tabliczki czekolady dodaje — balonik. Co mogą mieć wspólnego baloniki z wyrobami cukierniczemi? Więc nie wyroby cukiernicze przyciągają kupujących, tylko owe baloniki? Ten sposób propagandy na rzecz cukiernictwa uważamy za wysoce niewłaściwy, a nawet w pewnej mierze za szkodliwy. Propaganda na rzecz konsumcji wyrobów cukierniczych musi być tak ujęta, aby konsumentowi uświadomić można, że każdy kawałeczek czekolady ma to samo conajmniej znaczenie w procesie odżywiania się, co codzienny kawałek chleba lub mięsa. Dopóki ta świadomość nie przeniknie szerokie masy publiczności, wszelkie inne środki nic tu na dłuższą metę nie pomogą.

Należy więc rozpocząć propagandę od podstaw. Wprawdzie tego rodzaju reklamą balonikową posługuje się na szczęście jedna tylko firma, ale to nie zaprzecza prawdzie, że w opinji publicznej wyroby cukiernicze z braku umiejętnej propagandy uchodzą jeszcze za luksus, czy zbytek.

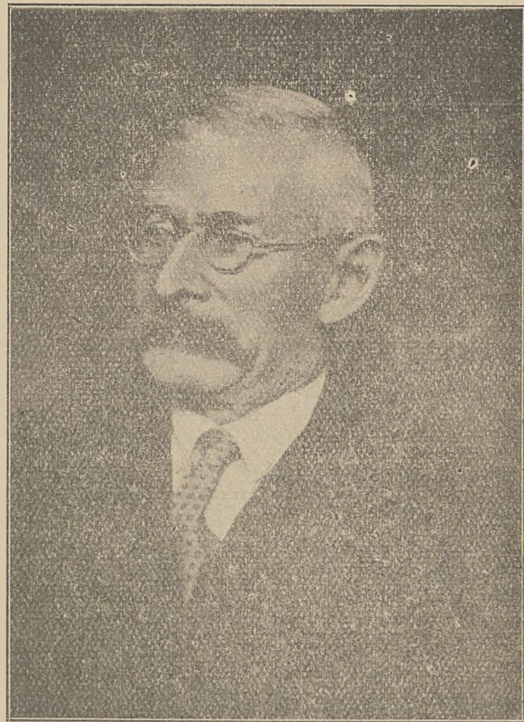
Ale jak w przemyśle fabrycznym, tak i w zawodzie cukierniczym nie wyzyskuje się w celach propagandowych właściwych środków. Jak to prawie na każdym kroku zaobserwować można, właściciele cukierń, w celu zjednania sobie gości, główny nacisk kładą na efektowny wygląd swego lokalu. Wprawdzie cukiernie dokładają także wszelkich starań, aby ich wyroby były jak najlepsze. Jednakże praktyka wykazuje, że to wszystko nie wystarczy do podniesienia konsumcji wyrobów cukierniczych. Obok więc wspomnianych inwestycyj, obok dobrej jakości wyrobów i ich przystępnej ceny, trzeba jeszcze koniecznie korzystać z jednego, naszem zdaniem, najskuteczniejszego środka — umiejętnej propagandy.

Za celową i wystarczającą propagandę na rzecz wyrobów cukierniczych nie można bynajmniej uważać indywidualnej reklamy poszczególnych przedsiębiorstw. Ten bowiem rodzaj propagandy jest bardzo ograniczony, prowadzony zresztą w interesie danej firmy, podczas gdy sposób propagandy, który mamy na uwadze, powinien uwzględnić interes całego cukiernictwa. Słowem chodzi o planową, zorganizowaną akcję wszystkich czynników zainteresowanych w cukiernictwie. Praktycznie możnaby tę propagandę przeprowadzić bez napotkania na większe trudności, gdyż posiadamy już liczne organizacje na całym terenie państwa. Za pomocą tych zrzeszeń po skoncentrowaniu pracy w jednem ciele wyłonionem z tychże organizacyj — możnaby przystąpić do zapoczątkowania na szerszą skalę propagandy w kierunku wzmożenia konsumcji wyrobów słodkich.

Za jeden z głównych środków lub haseł, z jakiem przystąpićby należało do mas, to — jak wspomnieliśmy — uświadomienie o korzyściach płynących z konsumcji wyrobów cukierniczych. W tym celu wystarczy wspólne opracowanie zwięzłej statystyki, wykazującej ile i jaka n. p. czekolada zawiera tłuszczu i t. d. Zestawienia takie możnaby od czasu do czasu ogłaszać w prasie codziennej lub posługiwać się kartkami ulotnemi i t. p. Skoro do tej akcji przyczynią się wszystkie poważniejsze firmy, to o fundusze na ten cel nie będzie trudno.

Poza powyżej wymienioną statystyką pozostaje oczywiście więcej jeszcze środków, które mogłyby w celach propagandowych wielkie oddać korzyści naszej wspólnej sprawy. O wszystkich tych sposobach tu naturalnie mówić nie możemy. Podsuwamy jedynie myśl, jak należałoby wszcząć skuteczną propagandę i na podstawie przekonywujących argumentów uświadomić społeczeństwo o korzyściach osięganych przez spożywanie wyrobów cukierniczych. To jest najbliższem zadaniem polskiego cukiernictwa.

PAROWA FABRYKA
KARMELKÓW, CUKRÓW DESEROWYCH, DRAŻETEK i MARMELAD
ED. LITWIŃSKI T. z o. p.
W POZNANIU, ul. Warszawska 9|10



Edward Cegielski
prezes Zjednoczenia Fabrykantów Wyrobów Cukierniczych i Przetworów Owocowych w Poznaniu. Pan Cegielski sprawuje godność prezesa wymienionej organizacji od samego jej założenia. Pan Cegielski jest naczelnym dyrektorem znanej powszechnie firmy Ed. Litwiński, wytwórnia cukrów.

Firma w historji swego rozwoju została założona przez p. Edwarda Litwińskiego i mieściła się początkowo w wydzierżawionych ubikacjach przy ul. Grobla 14. Po kilkunastu latach istnienia została firma dnia 27-go kwietnia 1908 roku przeobrażona na towarzystwo o osobowości prawnej pod nazwą wymienioną w nagłówku.

W roku 1917 fabryka została przeniesioną do własnych budynków, przy ul. Warszawskiej 9/10, gdzie do dzisiejszego dnia jest rozmieszczona na obszarze przeszło dwu morgowym. Dla zilustrowania rozmiarów fabryki, oraz zbytu jej wyrobów przytaczamy kilka cyfr: fabryka jest uruchomiona lokomobilą parową o łącznej sile 45 H. P.; dalej poza urządzeniami i maszynami według ostatnich wymagań najnowszej techniki tego działu wyrobów, są w użyciu 2 waccumy do gotowania cukru produkcyjnego. Własna dynamo maszyna o sile 6 ½ K. W. 37 amper zaopatruje fabrykę w światło elektryczne.



Gustaw Sommerfeld
długoletni skarbnik Zjednoczenia Wyrobów Cukierniczych i Przetworów Owocowych w Poznaniu, dyrektor firmy Ed. Litwiński, której obszerniejszy opis podajemy powyżej.

Zdolność przetwórcza fabryki jest zakrojona na wielką skalę i miesięcznie przerabia dwa wagony cukru oraz jeden wagon syropu kapilarnego. Zakres fabrykacji obejmuje niezliczony zasób różnorodnych rodzaji wytworów dochodzących do 150 gatunków karmelków nadziewanych i nienadziewanych, cukierków owocowych, nugatowych, deserowych, czekoladowych, konfiturowych i wielu innych gatunków drażetek. Firma zatrudnia około 100 robotników.

Pomyślny rozwój swój zawdzięcza firma przyjętej jako dewizę zasadzie: „dostarczania na rynek jedynie wysoko wartościowych wyrobów i to po cenach konkurencyjnych”.

Do zbiorów licznych odznaczeń z wystaw doszła najwyższa nagroda w postaci złotego medalu z Ogólnopolskiej Wystawy Higieniczno- Spożywczej we Lwowie.

Półfabrykaty w cukiernictwie.

Nie da się zaprzeczyć, że w pracowniach cukierniczych zaprowadza się coraz więcej różnego rodzaju półfabrykaty. Jest to zresztą do pewnego stopnia objawem całkim naturalnym. Korzystając bowiem z półfabrykatów, wprowadzamy tem samem do naszych warsztatów nowe, uproszczone metody pracy. Jednakże, mojem zdaniem, nie powinno to iść za daleko, nie należy tym sposobem podważać zdrowych podstaw, na których ma się opierać wyuczanie uczniów. Każdy uczeń powinien wiedzieć, w jaki sposób należy sobie w pracy dopomóc bez półfabrykatów. Powinien on dokładnie wiedzieć o tem, na co przy wykonywaniu wszelkich prac według dawnych podstawowych receptów a półfabrykatami baczyć należy. W zawodzie cukierniczym mamy przecież bardzo dużo przedsiębiorstw — zwłaszcza z wykwintną klientelą — w kórych wspomnianie półfabrykaty wchodzą mniej lub wcale w rachubę.

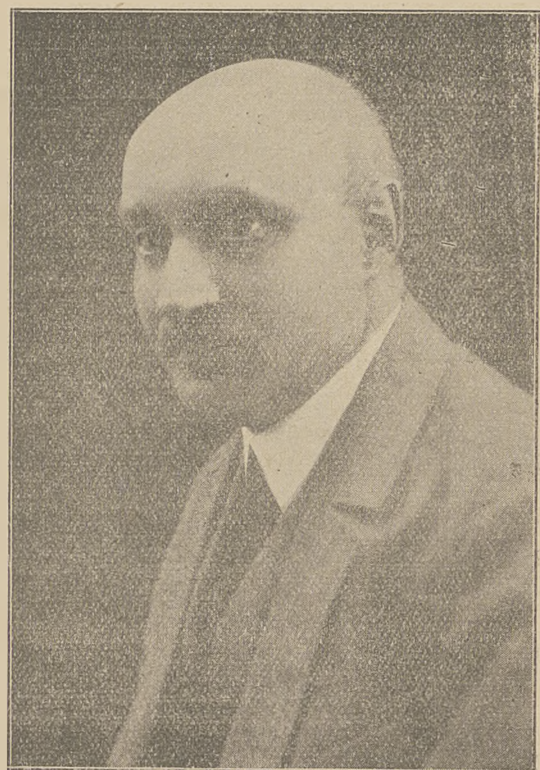
W ogólności niema powodów do występowania przeciw wprowadzaniu półfabrykatów do naszych pracowni, o ile wyrób ich jest bez zarzutu. Niestety pod tym względem jest dużo do życzenia. Przy marcypanie np. można to dobitnie stwierdzić, jak dużo wyrób stracić może na wartości, jeśli się składa z dużej ilości surogatów. Kiedyś marcypan był artykułem słusznie wysoko cenionym, zawierającym rzeczywiście taką ilość migdałów, że smak migdałowy można było od razu stwierdzić. A dzisiaj? —

Mamy jak wiadomo, dużo dobrych receptów na przyrządzenie masy marcypanowej. I gdyby każdy cukiernik trzymał się ich ściśle, to marcypan uzyskałby w niedługim czasie znowu swą dawną sławę. Na to mógłby ktoś odpowiedzieć, że marcypan z małą domieszką cukru i przyrządzony z czystej masy, byłby dla przeciętnych spożywców nie dostępny, bo za drogi. Tak jednak nie jest. Przypatrzmy się np. innej dziedzinie mianowicie jak sprawa przedstawia się z czekoladą. Widzimy tu, że szerokie warstwy spożywców ogarnia coraz większa dążność do kupowania towaru lepszej jakości. Konsument coraz więcej unika czekolady w gorszem, grubszem zestawieniu a przywyka do czekolady lepszej, jak śmietankowej i t. p.

Dlaczego szwajcarski przemysł czekoladowy potrafił w ciągu lat opanować rynek światowy, zajmując dzisiaj naczelne miejsce w tym dziale? — Tylko dla tego, że konsumentowi dostarczał wyrób najlepszy po cenie przystępnej, nie tylko sferom zamożnym, ale także warstwom



Zygmunt Wróblewski
zastępca prezesa Zjednoczenia Fabrykantów Wyrobów Cukierniczych i Przetworów Owocowych w Poznaniu, długoletni delegat wspomnianej organizacji do Izby Przem. Handlowej w Poznaniu.



Michał Buksalewicz
długoletni sekretarz Zjednoczenia Fabrykantów Wyrobów Cukierniczych i Przetworów Owocowych w Poznaniu, kierownik działu technicznego firmy „Goplana".

średnim. Pod tym względem bardzo dużo nauczył się nasz przemysł czekoladowy, dorównując w ogólności przemysłowi szwajcarskiemu. Temi samemi więc drogami może pójść też przemysł marcypanowy.

Każdy cukiernik musi się liczyć ze swoją klientelą i jest to jak świat stara prawda, że klientela ustosunkowuje się do każdego przędsiębiorstwa inaczej. Chociaż wyroby cukiernicze uchodzą do pewnego stopnia za artykuły ,,luksusowe", to jednak przy pewnych artykułach kładzie się więcej nacisku na wielkość, niż na jakość. Jednakże zachodzi to najwyżej przy niewielu gatunkach tortów, placka i pieczywa. Konsument, który jest zwolennikiem takich artykułów, nie chce korzystać tylko ze słodyczy, ale chce się zarazem nasycić. Inaczej wszakże przedstawia się sprawa z czekoladą i marcypanem. Czekoladą i marcypanem nikt się do syta najeść nie może, chociaż pod względem odżywczym zarówno czekolada jak i marcypan doniosłe posiadają znaczenie.

Trzeba więc i w tym zakresie rozpocząć pracę od podstaw. Dążenie w kierunku zużywania półfabrykatów i surogatów w cukiernictwie jest zagadnieniem pierwszorzędnem. Jest ono ważnem ze względu na wyuczanie pomocników jak również z uwagi na coraz więcej wygórowane żądania konsumentów co do jakości i doskonałego wykonania wyrobów cukierniczych. Żaden też cukiernik nie powinien bezmyślnie uciekać się do tych półfabrykatów dlatego, że to samo czyni może konkurencja. W związku z tem przypomnieć należy także konieczność zaprawiania przez poszczególne warsztaty cukiernicze owoców, co leży przecież zarówno w interesie przedsiębiorstwa samego jak i z uwagi na udoskonalenia uczniów.

B. W-ski.

Wszechpolski Zjazd Fabrykantów wyrobów cukierniczych.

Liczne organizacje mające swą siedzibę w Poznaniu, korzystając z wyjątkowo dogodnej chwili jaką nastręcza im Powszechna Wystawa Krajowa, urządzają zjazdy. Niezwykle doniosłem znaczeniem odznaczają się przedewszystkiem zjazdy przeróżnych organizacyj gospodarczych, obradując w obliczu P. W. K. To też żadna z poznańskich organizacyj gospodarczych lub zawodowych, odznaczająca się jako taką ruchliwością i wykazująca swą działalnością prawo do życia, nie zaniedbuje rzadko nadarzającej się okazji, by zjazd swój zorganizować w celu wspólnego naradzenia się i wytknięcia dróg na przyszłość. W ślad za innemi organizacjami postanowiło iść Zjednoczenie Fabrykantów Wyrobów Cukierniczych i Przetworów Owocowych w Poznaniu, które w słusznem zrozumieniu swych obowiązków zdecydowało podobny zjazd zwołać w drugiej połowie lipca r. b.

Wszyscy zainteresowani przyjmą inicjatywę wymienionego Zjednoczenia niewątpliwie z dużem zadowoleniem i należytem zrozumieniem. Nie mamy przed sobą jeszcze programu projektowanego Zjazdu, jednakże będzie on zapewne obfity i niezwykle treściwy, chociażby ze względu na dużą ilość spraw natury ogólnej, spraw wyczekujących pozytywnego załatwienia ze strony przedstawicieli przedsiębiorstw fabrycznych działu cukierniczego.

A więc na czoło wysuwa się m. in. uregulowanie sprawy zużywania przez gdańskie firmy konkurencyjne cukru polskiego po cenach niższych. Polityka polska bowiem, która będzie szła po tej linji uprzywilejowania przemysłu gdańskiego może, i siłą faktu musi fatalnie odbić się na żywotnych interesach polskiego przemysłu cukierniczego. — Zjazd przyszły nie może też, naszem zdaniem, milczeniem pominąć sprawy szerzenia się u nas w sposób zatrważający t. zw. ,,domownictwa", czyli innemi słowy przemysłu pokątnego, który rynek zarzuca tandetą, wyrządzając dotkliwą krzywdę poważnym przedsiębiorstwom. Tak samo sprawą Zjazdu będzie niezawodnie obmyśleć skuteczne środki propagandy na rzecz przemysłu cukierniczego. Musimy działać w kierunku uświadomienia szerokich sfer społeczeństwa o korzyściach płynących z konsumcji wyrobów cukierniczych. Praca w tym zakresie może być jednak uwieńczona pomyślnemi skutkami, jeśli opierać się będzie o cały polski przemysł cukierniczy.

To co powyżej wymieniliśmy nie wyczerpuje oczywiście nawet w przybliżeniu ogromu materjału, który — naszem zdaniem — powinien być przedmiotem obrad projektowanego Zjazdu. Dlatego też, jak rzekliśmy, myśl zwołania Zjazdu powita każdy z dużem uznaniem i zadowoleniem i mamy nadzieję, że wezmą w nim udział wszyscy przedsiębiorcy.

NA P.W.K.

LUSTRA, GABLOTY, WITRYNY

i wszelk. rodzaju oszklenia, szyby wystawowe dostarcza najkorzystniej

WIELKOPOLSKA HURTOWNIA SZKŁA S.A.
POZNAŃ - PÓŁWIEJSKA 9 - TELEFON 55-59
Własna szlifiernia szkła i fabryka luster

Walne Zebranie

udziałowców Pożyczkowej Kasy Rzemieślniczej w Poznaniu.

W ub. poniedziałek, dnia 4 bm. o godz. 11-tej przed południem odbyło się w lokalu ,,Strzechy Budowniczych" roczne walne zebranie Pożyczkowej Kasy Rzemieślniczej, spółdzielni z ogr. odp. w Poznaniu. Zebraniu przewodniczył prezes Rady Nadzorczej p. K. Juszczak. Na wstępie p. Przewodniczący dał krótki szkic działalności instytucji, wskazując na jej rozwój, który jest najlepszem świadectwem celowości i potrzeby jej istnienia. Jednakże zrozumienie ważności tej placówki nie rozpowszechniło się jeszcze należycie wśród ogółu rzemieślników, czego dowodem jest chociażby szczupła ilość kont oszczędnościowych i mały fundusz wkładów, na których przecież, jako na kapitałach własnych rzemiosła przedewszystkiem należałoby się oprzeć. Przemówienie swe p. Juszczak kończy apelem, by rzemiosło całej Wielkopolski jak najintensywniej współpracowało z jedyną swą instytucją kredytową i współdziałało w jej rozwoju.

W dalszym ciągu p. dyr. Ruciński z ramienia Zarządu zdał sprawozdanie za r. 1928, obrazujące obszernie działalność Kasy w ostatnim okresie. Sprawozdanie to, jako dające pogląd na całokształt działalności instytucji, podamy osobno wcałości zwłaszcza, iż zawiera ono momenty zasadnicze o ile chodzi o zagadnienie spółdzielczości kredytowej w rzemiośle wogóle. Następnie p. dyr. Ruciński przedstawił zebranym bilans Kasy, zamykający się po obu stronach kwotą 1.085 650,72 zł, przy sumie rocznego obrotu, siegającej złotych 20,996.319,29, oraz rachunek zysków i strat, wykazujący w zyskach, pozostających do dyspozycji walnego zebrania kwotę 13.204,97 zł.

Po przyjęciu bilansu i po udzieleniu Zarządowi oraz Radzie Nadzorczej absolutorjum, uchwalono podzielić zysk w myśl propozycji Rady Nadzorczej w ten sposób, że do rachunku funduszu zasobowego przelewa się 15 proc., czyli zł 1,980,75, do rach. fund. nadzwyczajnego 10 proc. — zł 1.320,47, na dywidendy przeznacza się 6 proc. — zł 5.800,—, pozostałą resztę zaś — zł 4.103,75 przelewa się dodatkowo do funduszu zasobowego w celu wzmocnienia podstaw finansowych instytucji.

Przy punkcie 4 porządku dziennego przeprowadzono zmiany w niektórych paragrafach statutu, z których ważniejszą była zmiana firmy spółdzielni, która obecnie brzmi: ,,Bank Spółdzielczy dla rzemiosła i drobnego przemysłu", oraz rozszerzenie działalności Banku poza granice państwa, o ile chodzi o obrót czekowy, przekazy i akredytywy.

Dalej p. inż. Namysł z ramienia Zarządu wniósł o uchwalenie pewnego odszkodowania finansowego dla członków Rady Nadzorczej za odbywane posiedzenia. Po dłuższej dyskusji, w której stawiano różne propozycje uchwalono odszkodowanie w wysokości 10 zł dla każdego członka za jedno posiedzenie.

Przy wolnych głosach poruszono jeszcze szereg spraw, z działalnością i rozwojem spółdzielni związanych, poczem przewodniczący zamknął zebranie, dziękując zebranym za udział w obradach.

Lód.

Z chwilą nastania dni ciepłych wzrosło znacznie zapotrzebowanie lodu w cukierniach. Jak ważną rolę w cukiernictwie odgrywa lód, tego chyba tu szeroko malować nie potrzebuję. Natomiast nas cukierników, jako głównych użytkowników lodu, interesować musi przynajmniej jego sposób wytwarzania i t. d.

Zdawaćby się mogło, że lód naturalny przewyższa swą jakością lód sztuczny, i gdybyśmy mieli do wyboru pomiędzy jednym a drugim, to naogół za lepszy uważanoby zapewne lód naturalny. Tak jednak nie jest. Badania bowiem wykazały, że lód naturalny, a nawet jego najlepsze gatunki zawierają mniej lub więcej nieczyste składniki i z tego powodu lód naturalny nie powinien nigdy mieć bezpośredniej styczności z artykułami spożywczemi, a przedewszystkiem nie powinno go się jeść. Bo chociaż zawarte w nim liczne składniki nie powodują prawdopodobnie choroby, to jednak mogą one łatwo przyczynić się do zepsucia się artykułów spożywczych, pozostających z lodem w bezpośredniej łączności. Dlatego strzec się należy przed spożywaniem lodu naturalnego, a natomiast zaleca się korzystanie zawsze z lodu sztucznego, który — jak to badania naukowe wykazały — przyrządzony z dobrej wody wodociągowej, jest czysty i prawie zupełnie pozbawiony zarazków, jak to ma miejsce przy wodzie źródlanej.

Fabrykacja lodu sztucznego odgrywającego w nowoczesnem życiu kulturalnem niezmiernie ważną rolę, nie jest zbyt dawna. Pierwsze próby wytworzenia lodu

MASŁO — SERY — JAJA
POLECA PO CENACH KONKURENCYJNYCH
J. W. STRÓŻYK
POZNAŃ, GARNCARSKA 3
TELEFON 32-46. — PÓŁWIEJSKA 38 a

sztucznego były podejmowane przed 100 laty. Wprawdzie już przed tem w krajach pozaeuropejskich próbowano wytwarzać lód sztuczny i to w sposób wielce prymitywny, tak, że przy tym prostym i uciążliwym sposobie robienia lodu sztucznego o fabrykacji w szerszem pojęciu tego słowa oczywiście mowy być nie mogło. Fabrykacja ta — jak wspomnieliśmy — rozwinęła się dopiero później i to dzięki obszernym studjom, powziętym przez wytrawnych inżynierów, którym z biegiem czasu udało się rozwinąć fabrykację lodu sztucznego na szeroką skalę, przyrządzając go w formie bloków. Dzisiaj w tej dziedzinie poczyniliśmy już takie kolosalne postępy, że lodu sztucznego w blokach używamy nie tylko do konserwowania żywności, chłodzenia napoi i t. d., ale używamy go z dużemi skutkami także w celach leczniczych.

Lód sztuczny różni się od lodu naturalnego jeszcze tem, że fabrykacja lodu sztucznego odbywa się w drodze wysoce higjenicznej. Przeważna bowiem część wytwórni używa do tego wody do picia, podczas gdy lód naturalny powstaje bardzo często ze ściekow, pozostawiających pod względem zdrowotnym dużo do życzenia. Nie jest przeto wykluczone, że w lodzie naturalnym zawarte są zarazki chorobo-twórcze. Dlatego zaleca się używanie lodu sztucznego zwłaszcza w cukierniach.

M. K.

Niewesołe wieści z „Wesołego Miasteczka".

Nasz reporter donosi:

Niema żyjącego w obrębie państwa polskiego obywatela, któryby nie wiedział, że w stolicy Wielkopolski odbywa się Powszechna Wystawa Krajowa. Wiadomo to wszem, wobec i każdemu z osobna, komu wiedzieć należy. — Zebrało się pewnego razu kilku nieprzeciętnych obywateli i postanowili uczcić dziesięciolecie niepodległości przez pokazanie narodowi polskiemu i całemu światu, cośmy pod względem gospodarczym, rządząc się na własnych śmieciach — zdziałali w ciągu krótkich dziesięciu lat. Urządzili nam wystawę, że proszę lizać paluszki. Inicjatorowie imprezy — trzeba im to przyznać — pamiętali o wszystkich i o wszystkiem. Dzięki ich przezorności na rozległych terenach wystawowych powstały prześliczne trawniki i przepiękne klomby, wśród których wzniesiono olbrzymie gmachy, przedstawiające jeden malowniczy obraz. A w tych pałacach i pawilonach mieszczą się eksponaty wszystkich bez wyjątku działów przemysłowych. Słowem nie zapomniano o niczem. Pomyślano nawet o tych, co to są „do różańca i do tańca", co bez trochę zabawy i flirciku, bez trocha wrzasku i trzasku ani gębą, ani ręką, ani nogą — ruszyć nie mogą. Dla tych to zawsze na nutę wesołą nastrojonych obywateli, podatków bezpośrednich zwykle mało płacących, urządzono na P. W. K. „Wesołe Miasteczko".

Co to jest „Wesołe Miasteczko"?

Jest to na terenie wystawowym obszerniejszy plac wysypany żwirem. Plac przecinają liczne chodniki. Są tam dalej karuzele, katarynki, kataryny, beczki płaczu i śmiechu oraz inne widowiska. Słowem, zabawa na całej linji. Na „Wesołem Miasteczku" ludziskom trzesą się brzuchy od śmiechu. Ale na „Wesołem Miasteczku" są też smutne wydarzenia. Naprzykład w kioskach rozmaitych gier w kostki i t. d., wydaje się wyroby cukiernicze niewiadomego pochodzenia, bez podania firmy i bez jakiegokolwiek objaśniającego napisu. Przypadek chciał, że już przy drugim rzucie — machnąłem ośmnastkę, wygrywając bombonierę, zawierającą czekoladki, po których dzisiaj jeszcze spluwać muszę. Pochodziły one napewno z tandeciarni schowanej gdzieś w piwnicy. Niechby taką „bombonierę" — co się przecież łatwo zdarzyć może — wygrał ktoś z gości zagranicznych! Rezultat byłby ten, że za pół kg tego rodzaju tandetnych cukierków popadłoby w podejrzenie polskie cukiernictwo. A kto wie, czyby się z tego powodu nie oberwało też trochę Dyrekcji P. W. K. Przecież część prasy zagranicznej jeno czycha na to, aby nas na czemkolwiek móc przydybać i z muchy zrobić wielbłąda. O tem powinna pamiętać zawsze Dyrekcja Wystawy, usuwając tandetę z „Wesołego Miasteczka".

Nas, ludzi słodkiego świata, zainteresuje też niewątpliwie reklama balonowa na Wystawie. Otóż nad jednym z kiosków z cukrami, w dni pogodne i słoneczne unosi się balon, na którym widnieje napis „Suchard", Ta reklama jest — dla mnie przynajmniej — nieco zagadkowa. Zagadka tkwi w tem, że — jak zaznaczyłem — w owym kiosku sprzedaje się czekoladę, a przed kioskiem buja się w powietrzu — balon w kształcie naczynia używanego nocą w nagłych wypadkach. Zrazu przypuszczałem, że jakaś nieznana mi firma „Suchard", fabrykująca owe naczynia reklamuje się w ten sposób i że ów balon niema nic wspólnego z kioskiem z cukrami. Jednakże z wielu stron zapewniono mnie, że właśnie balon reklamuje odnośną fabrykę czekolady. Stoję więc przed wielkiem zapytaniem; co ma piernik do wiatraka, co ma wspólnego balon z czekoladą!

Reporter.

Prosimy zwrócić uwagę!
na nasz dział ogłoszeniowy!

Polak z Ameryki o polskiem cukiernictwie.

W drugiej połowie czerwca zjechało do Poznania na Powszechną Wystawę Krajową liczne grono rodaków naszych z Ameryki; między innymi brał także udział w wycieczce pewien Polak, który w Ameryce posiada własną cukiernię. Jest on z zawodu cukiernikiem.

Spotkawszy się na P. W. K. — jak oświadczył — poraz pierwszy z „Przeglądem Cukierniczym", ów gość z Ameryki odwiedził również naszą redakcję, dzieląc się z nami ze swojemi spostrzeżeniami. Nas zaś interesowało przedewszystkiem to, co się dzieje w amerykańskiem świecie cukierniczym i oto podajemy poniżej w głównych zarysach to, co oświadczył nasz informator.

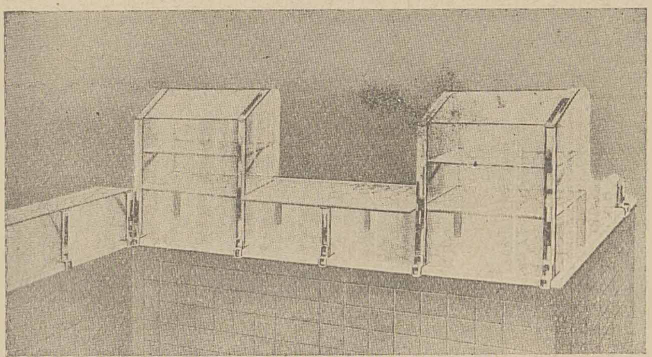
Przedewszystkiem — jak mówił — zdziwiła go bardzo imponująca wprost wystawa cukiernicza na P. W. K., wyrażając się niezwykle pochlebnie o wyrobach jak firmy: „Wuka", „Goplana", „Venetia" i t. p. stwierdzając ku największemu naszemu zadowoleniu zarówno pod względem jakości jak i wykonania oraz opakowania są pierwszorzędne. W Ameryce — ciągnie dalej nasz rozmówca — jakkolwiek jest oczywiście więcej fabryk działu cukierniczego, to wszakże śmiem twierdzić, jako bliski obserwator stosunków amerykańskich, że żadna z wymienionych fabryk nie zadaje sobie tyle mozołu i pracy, by wyroby swoje postawić na takim poziomie, na jakim znajdują się polskie wyroby cukiernicze. To też polska czekolada, biszkopty i cukry jeśli chodzi o ich jakość byłyby na rynku amerykanskim prawie że bez konkurencji.

Pomimo tych wysokich zalet w Ameryce nie widać wyrobów cukierniczych z Polski; dowodzi to z zupełnego braku organizacji eksportu wyrobów cukierniczych do Stanów Zjednoczonych. Wobec tego — jak podkreśla gość z Ameryki — czynniki kompetentne w Polsce powinny przystąpić w niezadługim czasie do zorganizowania tego eksportu. Polski przemysł cukierniczy mógłby duże z tej placówki ciągnąć dla siebie korzyści.

Należy bowiem zdać sobie sprawę z tego, że wyroby cukiernicze w Ameryce nie uchodzą za artykuły luksusowe i dlatego zapotrzebowanie na nie jest duże. Przeciętny Amerykanin uważa czy to tabliczkę czekolady. keksy lub cukry za niezbędną część jego codziennego pożywienia, przyczem czuje się zawsze zdrów i silny, ograniczając w ten sposób konsumcję mięsa. To też, jak powiedziano, zapotrzebowanie na wyroby cukiernicze w Ameryce jest duże i z tego powodu polskie wyroby słodkie mogłyby tam znaleźć niezawodnie powodzenie.

Oto garść szczegułów zaczerpniętych z rozmowy naszej z rodakiem z Ameryki. Mamy nadzieję, że odnośne koła wezmą powyższe pod uwagę i usilują skorzystać z nich przy najbliższej okazji, nie spuszczając z oka sprawy eksportu do Stanów Zjednoczonych.

F.



OSZKLENIA STOŁOWE

Urządzenia okien wystawowych

wykonuje

Fabryka Wyrobów Metalowych

K. KAMIŃSKI

POZNAŃ - WODNA 10

WAFLE

w arkuszach, grube i cienkie, bomby, muszle, babeczki, oraz różne figurki waflowe po cenach bardzo przystępnych dostarcza

Fabryka wafli M. Gliksman

Aleksandrów Kuj.

P.s. Cenniki na żądanie. Cenniki na żądanie.

Przy zakupach

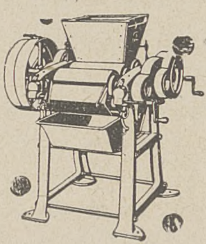
Prosimy powoływać się na ogłoszenia w **Przeglądzie Cukierniczym** i polecać swym dostawcom ogłaszanie się w naszym organie zawodowym

POLECAM:

H·C

Migdały, Orzechy rozmaite, Kawę wyborową, Herbatę, Masło kakaowe Sułtanki, Koryntki, Kakao, Masę kakaową, Masę marcepanową i do pieczenia, Kokos, Owoce suszone w cukrze, Puder cukrowy i kukurydzowy, Kuwertury, Agar-Agar, Staniol, Pudełka do cukierków oraz wszelkie przybory pap.— Maszyny i rozmaite przybory dla cukiernictwa.

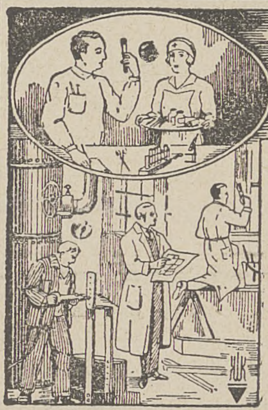
HURTOWNIA CUKIERNICZA
JANUSZ ADAMSKI
POZNAŃ - UL. NOWA 10. TELEF. 17-26



Fabryki czekolady, cukiernie i piekarnie
najkorzystniej nabędą

MASZYNY I PRZYBORY

W BIURZE TECH.-HANDL.
ARTUR BUKI
Warszawa, Sienkiewicza 3. — Tel. 212-03
Oferty i prospekty darmo.



SPECJALNY SKŁAD ODZIEŻY
ROBOCZO-ZAWODOWEJ
B. Hildebrandt
POZNAŃ UL. POCZTOWA 33 - TEL. 1471

blisko Starego Rynku
Fabryka i Skład
odzieży zawodowej
poleca
wszelką odzież dla cukierników, oraz przepisowe kitle w tył zapinane.

A. PIASECKI

FABRYKA CZEKOLADY S. A.
KRAKÓW

poleca:

czekolady deserowe	Cukry i czekoladki
„ mleczne	w oryginaln. pudełkach
„ do gotowania	oraz różne karmelki

PROSIMY odnowić prenumeratę na trzeci kwartał 1929 roku.
Blankiet P. K. O. załączamy



Medal złoty

FIRMA NAGRODZONA ZŁOTYM MEDALEM
NA WIELKOPOLSKIEJ WYSTAWIE OGRODNICZEJ
1922 ROKU



Medal złoty

ZAKŁADY RZEŹBY - SZTUKATORSTWA
KAMIENIARSTWA I MECHANICZNEJ OBRÓBKI MARMURÓW

FRANCISZEK BOHN

POZNAŃ - UL. ŁAZARSKA 21-23 - TEL. 6910

SPECJALNOŚĆ: RABIC - SZTUCZNY MARMUR (STIUK)
STUCCO CARRARA - „HARTSZTUKI" - PŁYTY SOLNHOFEN

WYKONUJE

I. RZEŹBA I SZTUKARSTWO

Wszelkie prace rzeźbiarskie i sztukartorskie, modele architektoniczne, wystroje rzeźbiarskie i sztukatorskie w wszelkich stylach. Jako specjalność w tym dziale wykonuje się rabicowanie, sztuczny marmur (Stiuk). Stucco Carrara, oraz listewki, rozety, wieńce i t. o. z „Hartsztuki".

II. KAMIENIARSTWO

Wykonuje wszelkie prace kamieniarskie w piaskowcu, granicie, sztucznym piaskowcu i sztucznym granicie, jak: fasady, schody, balustrady, kolumny, posadzki terrazzowe i t. d.

III. MECHANICZNA OBRÓBKA MARMURÓW

Zakład ten. zaopatrzony w maszyny najnowszej konstrukcji, wykonuje w prawdziwym marmurze krajowym i zagranicznym: schody, balustrady, parapety, kolumny, kominki, ołtarze, ambony, kropielnice, chrzcielnice, płyty kredensowe, umywalnie, galanterję wszelkiego rodzaju i t. d. Jako specjalność: płyty Solnhofen.

Zakłady moje kierują się zawsze bezwzględną sumiennością w zleconych pracach i wykonują je ku zadowoleniu Szanownej Klienteli.

PAROWA FABRYKA KARMELKÓW CUKRÓW DESEROWO-CZEKOLADOWYCH i MARMELAD

ZNAK OCHR.

Ed. Litroiński

TOW. Z OGR. POR.

TEL. 20 43.

POZNAŃ

UL. WARSZAWSKA 9/10.

KAWA-HERBATA

SPECJALNOŚĆ: Wyborowe mieszanki kawy i herbaty dla cukierń i restauracji. — Dostawa franko pocztą lub koleją.

ZŁOTY MEDAL na Wystawie Gastronomicznej 1927 roku



MAŁECKI-WAŃSKI

IMPORT KAWY - HERBATY - PALARNIA KAWY

W. GARBARY 23 POZNAŃ TEL. 3166 i 1145

CZEKOS



Proszę zważać na znak ochronny „CZEKOS"

NA WSZYSTKIE UROCZYSTOŚCI

POLECAM

MASĘ MARCEPANOWĄ - MASĘ DO PIECZENIA MARMELADY I CUKIER PUDROWY

CZ. KOSTAŃSKI - POZNAŃ

PLAC SAPIEŻYŃSKI 2 - TEL. 38-61

WYTWÓRNIA CUKRU PUDR., MASY MARCEPAN. I MARMELADY

RECEPTY

Na wszystkie pierniki oraz inne wyroby cukiernicze poleca panom Kolegom

„PRZEGLĄD CUKIERNICZY"